

Canasta escolar costará hasta 40% más que en campaña prepandemia

En la campaña “Back to School” o de “Retorno al Colegio” de este año, el valor de la canasta escolar tendrá un incremento de entre 30% a 40% respecto a la de prepandemia, debido a los efectos de la convulsión social en el país, el aumento de los costos de importación, así como de la inflación que ya se supera el 8%, informó la Cámara de Comercio de Lima (CCL).

“Esto limita la capacidad de compra de las familias que se verán obligadas a prescindir de algunos productos que componen la **canasta escolar** como útiles, textos, calzado, buzos y uniformes”, manifestó el **presidente del gremio de la Pequeña Empresa (COPE) de la CCL, Rodolfo Ojeda.**

Subrayó que la canasta escolar comprende en promedio entre 20 a 30 artículos por alumno, cuyo valor va desde los S/ 200 hasta los S/ 800. “Esto incluye un kit completo entre útiles y textos escolares, calzado (zapatillas) y uniformes (buzos); y si bien en número de artículos ha ido disminuyendo por el tema de la virtualidad educacional, el valor de estos productos ha ido aumentando”, comentó.

Recalcó que, debido a la actual coyuntura, la campaña escolar de este año podría representar el 20% de la venta anual de las micro y pequeñas empresas (mypes), cuando en años anteriores era el 30%.

En ese sentido, la CCL estimó que las ventas de las mypes en esta campaña “no han levantado vuelo”, pues solo habrían llegado a los S/ 700 millones, cifra menor a los S/ 1.400 millones que reportaron en el 2019 (-50%).

Financiamiento

Del mismo modo, por esta crisis social, las **mypes** se han visto afectadas con un menor financiamiento en esta **campaña escolar**, pues se estima que el desembolso para capital de trabajo de las microfinancieras habría disminuido en 50%.

“Por ejemplo; en el 2019, las cajas municipales otorgaban a las mypes por campaña escolar alrededor de S/ 3.500 millones. Sin embargo, para este año, ese valor apenas llegaría a los S/ 1.750 millones, considerando que las entidades financieras están siendo más cautas debida a la incertidumbre política”, resaltó.

Asimismo, para lograr algo de ganancias, Rodolfo Ojeda indicó que la mayoría de mypes viene optando por rebajar los precios de los artículos escolares a fin de cubrir sus costos fijos como alquileres, mano de obra, etc.

En relación a la fuerza laboral, se esperaba para esta campaña la generación de muchos empleos temporales con una proyección de 5.000 puestos de trabajo, siendo hoy la referida contratación una incertidumbre.